

Debate sobre la privacidad

LA CONFIANZA DE LAS PYMES ON LINE

Según información de la Asociación Española de Comercio Electrónico, casi la totalidad de las pymes continúan sin dar de alta sus ficheros en la Agencia de Protección de Datos. Según las Cámaras de Comercio, sólo 167.147 empresas con actividad probada cumplen con la normativa.

ANA DELÉN
QUINTANA*

En una economía basada en el conocimiento, donde las nuevas tecnologías avanzan a velocidad de vértigo, se corre el riesgo de la despersonalización. La existencia de datos personales en poder de las empresas no sólo ha sido objeto de regulación legal, sino también de permanente atención y seguimiento por parte de las administraciones públicas, así como por los propios titulares de los datos.

El pasado 14 de enero de 2000 entró en vigor en España la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal. La aprobación de esa nueva ley ha reabierto en España el debate sobre el punto de equilibrio entre la protección de la privacidad de los ciudadanos y los legítimos intereses de todos aquellos que precisan de datos de carácter personal para el desarrollo de sus actividades en la nueva economía.

La adaptación a la LOPD y la implantación de las medidas exigidas por el Reglamento de Medidas de Seguridad (RD 994/1999 de 11 de junio) aún constituye una de las asignaturas pendientes del parque empresarial español, circunstancia que reviste especial gravedad en las compañías que realizan sus transacciones comerciales en internet (tiendas virtuales) toda vez que, la difusión y consecuencias que el indebido tratamiento de datos personales consiguen en la red, se ven multiplicados.



Según información de la Asociación Española de Comercio Electrónico, casi la totalidad de las pymes continúan sin dar de alta sus ficheros en la Agencia de Protección de Datos y, más aún, según información de las Cámaras de Comercio, sólo 167.147 empresas con actividad probada cumplen con la normativa. Si bien el riguroso régimen sancionador previsto en la LOPD (el más gravoso de la Unión Europea con sanciones económicas que oscilan entre 610,01 hasta 6.601,012, 10 euros) debería ser un argumento lo suficientemente sugerente como para invitar a las pymes a procurarse su pronta adaptación, mayor atractivo debería suponer la convicción de que la debida protección de la privacidad del usuario en la red, es el ca-

mino adecuado para la consecución de los niveles de confianza que el internauta precisa para animarse a realizar sus transacciones on line.

Conquistar esa confianza no debe ser tarea difícil para las pymes on line. La propia Agencia de Protección de Datos, ha hecho públicas una serie de recomendaciones cuya observación bastaría para alcanzar los adecuados niveles de protección y seguridad que la nueva normativa requiere y que todo usuario demanda.

Dichas recomendaciones se asientan sobre varios pilares fundamentales, estrechamente relacionados con los principales aspectos de la propia normativa que los inspira (LOPD y Reglamento de Medidas de Seguridad, RD 994/1999), de los que nos

hacemos eco con mayor profusión en el curso sobre Aspectos Jurídicos de Internet organizado por la Fundación de la Universidad de Oviedo, con la colaboración del Club Asturiano de la Calidad y Legalia Compañía de Servicios Jurídicos.

Resenamos aquí algunos de los más importantes, tales como información en la recogida de datos (el interesado debe ser informado de modo expreso, preciso e inequívoco de la identidad de los responsables de tratamiento y del fichero, derechos de oposición, acceso...), consentimiento del afectado (debe ser inequívoco), usos y finalidades (principio de finalidad: los datos obtenidos deben ser adecuados, pertinentes y no excesivos para la finalidad perseguida), cancelación de datos (deben ser cancelados cuando hayan dejado de ser necesarios o pertinentes para la finalidad perseguida), datos de salud y de vida sexual (necesidad de existencia de interés general), acceso a los datos por cuenta de terceros (necesidad de documento formal que regule dicho acceso), comunicación de datos (preceptivo consentimiento de cesión de datos), movimiento internacional de datos (niveles de protección equiparables entre los países: excepciones IOPD) y seguridad de los datos (adopción de medidas técnicas y organizativas de seguridad).

El desarrollo de estas recomendaciones, reflejadas aquí en simples pinceladas, nos permitirán lograr que los clientes nos otorguen la confianza precisa para el buen transcurrir de los negocios on line. Lo contrario, la desconfianza, entorpece y ralentiza el desarrollo y despeque del comercio virtual.■

* Abogado de Legalia, compañía de Servicios Jurídicos